

Міністерство освіти і науки України

Маріупольський державний університет

Факультет філології та масових комунікацій

Кафедра соціальних комунікацій

КАТАЛОГ ЕЛЕКТИВНИХ ДИСЦИПЛІН

(блок професійної підготовки)

для спеціальності 061 Журналістика
(освітньо-професійна програма «Журналістика та соціальна
комунікація» ОС «Бакалавр», освітньо-професійна програма
«Журналістика. Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю» ОС
«Магістр»)

Каталог елективних дисциплін кафедри соціальних комунікацій: блок професійної підготовки (для здобувачів вищої освіти за ОС «Бакалавр» і ОС «Магістр» спеціальності 061 Журналістика (освітньо-професійна програма «Журналістика та соціальна комунікація» ОС «Бакалавр», освітньо-професійна програма «Журналістика. Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю» ОС «Магістр»).

В інформаційному виданні надано перелік елективних дисциплін, які пропонуються кафедрою соціальних комунікацій для включення в освітньо-професійну підготовку здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Розробники програм вибіркової компоненти
дисциплін професійної підготовки:

Світлана БЕЗЧОТНИКОВА, доктор філологічних наук, професор;
Тетяна ІВАНОВА, доктор педагогічних наук, професор;
Георгій ПОЧЕПЦОВ, доктор філологічних наук, професор;
Оксана ЄФРЕМОВА, старший викладач;
Наталя АНДРЕЄВА, асистент.

**Кафедра соціальних комунікацій
Вибіркові компоненти ОПП
Дисципліни професійної підготовки**

ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ) РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВКПП 2.2.1. Мистецтво монтажу
ВКПП 2.2.1. Видавнича справа та редагування
ВКПП 2.2.2. Практикум зі сценарної майстерності
ВКПП 2.2.2. Виробництво документальних фільмів
ВКПП 2.2.3. Соціологія масової комунікації
ВКПП 2.2.3. Акторська майстерність
ВКПП 2.2.4. Постановка голосу
ВКПП 2.2.4. Фешн-, тревел-, фуджурналістика

ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ) РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВКПП 2.2.1. Теорія прийняття рішень
ВКПП 2.2.1. Реклама
ВКПП 2.2.2. Організація проєктної діяльності
ВКПП 2.2.2. Практикум з event-комунікацій
ВКПП 2.2.3. Інформаційна аналітика
ВКПП 2.2.3. Веб-мастерінг
ВКПП 2.2.3. Інтегровані комунікаційні технології



ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ) РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№ з/п	семестр	Назва дисципліни	Анотація дисципліни	Навчально-методичне забезпечення
1.	6-7	ВКПП 2.2.1. Мистецтво монтажу	Мета: освоєння технічних та творчих можливостей монтажу, існуючих монтажних програм, аналіз монтажних з'єднань на телебаченні та їх практичне використання Завдання курсу: - оволодіти прийомами та навичками монтажу; - вивчити особливості існуючих монтажних програм; - сформуванати набір вмінь та навичок необхідних для формування медіаконтенту; - залучити здобувачів вищої освіти до виробничої діяльності та творчого процесу. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. Програмні результати навчання:	Робоча програма навчальної дисципліни

			знати: - теорію та практичну складову монтажу та монтажних засобів - основні технології професійної діяльності; - основи з техніки та технології виробництва медіаконтенту у знімальній групі. вміти: - використовувати монтаж як технічний спосіб для отримання мультимедійного контенту; - проектувати зміст професійних навичок; - професійно здійснювати вибір техніки та технологій під час роботи над медіаконтентом. Змістові модулі: 1. Теорія монтажу 2. Практика монтажу 3. Використовування творчо-зображальних засобів у процесі виробництва контенту.	
2.	6-7	ВКПП 2.2.1. Видавнича справа та редагування	Мета: забезпечити якісні знання з актуальних практичних і теоретичних питань видавничої справи та редагування; застосовувати інструменти та технології, що використовують в професіях галузі видавничої справи та редагування. Завдання курсу: - надати студентам можливості для максимального розкриття свого потенціалу і набуття широкого спектру навичок саморедагування та редагування чужих текстів різних видів, що необхідно для роботи у журналістиці та у споріднених галузях діяльності; - ознайомити студентів з історією становлення видавничої справи у нашій країні, основними етапами редакційно-видавничого процесу, нормами редагування; - навчити складати видавничу програму видань різних	

		типів; - ознайомити з особливостями цифрового ринку видавничої продукції. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. Програмні результати навчання: знати: - методології, що застосовуються в сфері видавничої справи та редагування; - тенденції розвитку видавничої справи в Україні; порядку створення та реєстрації видавництва; види видавничої продукції; побудову книги, журналу, газети; специфіку галузевого та загального редагування. вміти: - ідентифікувати, формулювати і вирішувати проблеми самостійно і виконувати завдання в заздалегідь визначені тимчасові рамки; - редагувати власні та чужі тексти, створені у різних	
--	--	---	--

			журналістських жанрах; - створювати видавничу програму, а також електронні та друковані видання; - планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію; - визначати потребу в додаткових знаннях і постійному навчанні. Змістові модулі: 1. Видавнича справа як професійно орієнтована дисципліна 2. Едитологія як наука	
3.	6-8	ВКПП 2.2.2. Практикум зі сценарної майстерності	Мета: вивчення студентами теорії та методики сценарної творчості на телебаченні, набуття навичок створення літературної основи майбутньої телепередачі будь-якого жанру, вироблення умінь грамотно й коректно рецензувати сценарну роботу колег, бачити ключову ідею та сценарний хід телевізійного твору, в цілому сприяти розвитку творчої фантазії та літературних здібностей студентів. Завдання курсу: - набуття студентами відповідних практичних і теоретичних умінь та навичок у використанні сценарної роботи на телебаченні; - засвоєння студентами основних понять і теоретичних положень курсу, законів телевізійної драматургії, методики збирання й обробки матеріалу для майбутнього телесценарію; - вивчення студентами основних етапів роботи над сценарієм телевізійної програми – від творчого задуму до його сценарного і згодом – екранного втілення; - сприяння формуванню творчого досвіду роботи над	

		літературними сценаріями програм різних жанрів; - набуття студентами навичок роботи в команді з іншими учасниками творчого процесу на телебаченні. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. Програмні результати навчання: знати: - основні категорії і базові поняття курсу, як-от «тема», «ідея», «композиція», «конфлікт», «сценарний хід», «творча заявка», «сценарний план», закони телевізійної драматургії; особливості сценарного мистецтва на сучасному телеекрані та важливу роль сценариста у злагодженості роботи творчого колективу; способи і критерії відбору життєвого матеріалу для подальшого сценарного відбиття; основні етапи сценарної роботи на ТБ та відмінності у створенні сценаріїв інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних програм;	
--	--	---	--

			відмінності між сценарієм літературним і режисерським; походження телесценарію, його типо-видову класифікацію, специфіку мови телеекрану. вміти: - Володіти прийомами імпровізації в телевізійному монологі та діалозі, специфікою створення сценаріїв таких передач. - Успішно опрацьовувати явища реального життя, композиційно вибудовувати відібраний матеріал у сюжетну лінію. - Визначати тему, ідею, конфлікт, жанр і аудиторію майбутньої телепередачі. - Збирати та обробляти матеріал для майбутнього телевізійного твору, складати творчу заявку та сценарний план. - Аналізувати телевізійний кадр з точки зору його композиції, характеризувати монтажну побудову епізоду чи всієї передачі, визначати сценарний хід будь-якої ефірної телепрограми. - Розрізняти принципи та види монтажу і застосовувати їх у своїй діяльності. - Моделювати та розробляти власні літературні й режисерські сценарії – від ідеї до її екранного втілення. Змістовні модулі: 1. Екранна драматургія. Історія розвитку та композиція сценарію. 2. Технологія створення телевізійного сценарію в різних жанрах.	
4.	6-8	ВКПП 2.2.2. Виробництво документальних фільмів	Мета: формування знань, умінь та навичок, пов'язаних із процесом телевізійного виробництва та зйомкою документальних фільмів. Завдання курсу: - ознайомити із принципами створення документального	

		фільму та планування роботи знімальної групи на робочому майданчику. - надати орієнтацію студентів в процесі виробництва документального контенту; - навчити писати сценарні заявки та сценарії; - орієнтуватися у стратегії створення документального фільму та періоду пост-продакшн Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. Програмні результати навчання: знати: - технології створення телевізійного продукту від початкових етапів сценарної заявки та сценарію до етапу пост-продакшн готового документального фільму; основні елементи кінодраматургії (зображення і звук, композиція, сюжет, ідея) і принцип їх взаємодії; особливості та відмінні риси кінематографії та телебачення; основні закони монтажу.	
--	--	--	--

			вміти: - Створювати різножанрові документальні фільми від складання «сценарної заявки» до планування і розробки стратегії просування готового твору; - редагувати кіно-, телесценарії; готувати презентацію майбутнього документального фільму; - володіти технологією створення документального фільму; методами журналістської та авторської роботи на всіх стадіях процесу створення екранного твору.	
5.	7-8	ВКПП 2.2.3. Соціологія масової комунікації	Мета: засвоєння теоретичних та практичних засад дослідження аудиторії засобів масової комунікації, її потреб, особливостей медіаспоживання. Завдання: вивчення процесу масової комунікації, основних методологічних підходів до його дослідження; застосування методів, методик та інструментарію при дослідження масовокомунікаційних явищ; формування навичок контент-аналітичних досліджень; дослідження шляхів підвищення ефективності комунікації. Змістові модулі: 1. Загальне поняття про соціологію. 2. Соціологічне дослідження аудиторії засобу масової комунікації	
6.	7-8	ВКПП 2.2.3. Акторська майстерність	Мета: навчити студентів виразно та яскраво передавати у сценічній діяльності всю різноманітність людських стосунків і почуттів за допомогою багатого на емоційне та інтонаційне вираження голосу, яскравого, правильного, логічно осмисленого мовлення; прищеплювати студентам рухову культуру; навчати втілювати в рухах тіла життя сценічного героя. Завдання курсу: - - формування у студентів акторських навичок та вмінь;	

		- удосконалення акторської психотехніки за допомогою індивідуально спрямованого тренінгу та самовиховання; - оволодіння студентами технікою мовлення, а саме: дикцією, диханням, голосом, орфоепією та логіко-інтонаційними закономірностями; - набуття студентами найважливіших навичок сценічного мовлення (м'якої атаки звуку, правильного дихання, чіткої дикції); - розвиток дієвих, цілеспрямованих рухів тіла, пластичних навичок; - розвиток творчого мислення, уяви, розкутості, м'язової свободи; - формування у студентів основних навичок виконання вправ на розвиток тіла та координацію рухів, виховання ритмічності. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.	
--	--	--	--

			Програмні результати навчання: знати: - зміст театральних термінів; пластичні композиції на вибрану або запропоновану тему; поняття «швидкість», «темп» та «ритм»; поняття «сценічна виразність»; поняття чотирьох типів дихання; процес роботи над роллю та виставою; значення чіткості дикції в мистецтві актора; техніку безпеки під час занять зі сценічного руху; техніку сценічного бою, падіння, перенесення та сценічної боротьби; як утворюється голос, закони гігієни голосу. вміти: - діяти з уявними предметами; - природно виконувати різні рухи, володіти пластикою рук; - володіти елементами характерності; - працювати над роллю; - вміти керувати своїм диханням у процесі мовлення; - володіти комплексом вправ на тренування правильного звукоутворення; - координувати свої рухи, управляти м'язами.	
7.	6-7	ВКПП 2.2.4. Постановка голосу	Мета: опанування студентами прийомів та навичок дикторської майстерності для використання цих знань і вмінь в майбутній роботі; засвоєння знань основних теоретичних засад дикторської майстерності та постановки голосу. Завдання курсу: - набуття студентами відповідних практичних і теоретичних умінь та навичок у розвитку професійних якостей працювати в студії перед камерою, - володіння дихальним і мовним апаратом, навичками правильного голосоутворення, технікою володіння голосом, інтонацією, тембаральною образністю; - набуття загальної культури, логічності й образності мови,	

		творчої уяви та образного мислення, вольового, опорного посилення звуку, емоційного запалу, а також виховання мовного слуху. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: - ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції. - ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення - ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. Програмні результати навчання: знати: - будову дихального і мовного апаратів, техніки правильного мовленнєвого дихання; основ фонетики і орфоепічної нормативності специфіки роботи диктора на телебаченні; навичок на майданчику перед глядачем і перед знімальною камерою; вправи для постійного вдосконалення артикуляційної і дикційної вправності для дикторів. вміти: - Діяти на майданчику перед глядачем і перед знімальною камерою. - Професійно застосовувати навички роботи над собою.	
--	--	--	--

			- Володіти тренінгами для постановки правильного мовленнєвого дихання, для володіння голосом, вправами на розширення його діапазону і тембральної насиченості. - Застосовувати вправи для постійного вдосконалення артикуляційної і дикційної вправності для дикторів. - Володіти своїм голосом, мімікою і пластикою; - Попереджати голосові небезпеки, характерні для працівників голосових професій. - Володіти тренінгами на керування силою, швидкістю і висотою голосу. - Знати і застосовувати тренінги для вдосконалення дикції і артикуляції. - Працювати над текстом для дикторської начитки і створювати новостійне текстове повідомлення орієнтуючись на власний досвід. - Самостійно готувати і проводити публічний виступ.	
8.	6-7	ВКПП 2.2.4. Фешн-, тревел-, фуджурналістика	Метою викладання навчальної дисципліни «Фешн-, тревел- та фуд-журналістика» є формування у здобувачів вищої освіти комплексних знань та умінь щодо особливостей висвітлення журналістом тем lifestyle-журналістики, зокрема – подорожі, мода, гастрономія. Завданнями навчальної дисципліни є дослідження сучасних тенденцій у галузі lifestyle-журналістики; вивчення особливостей створення журналістських матеріалів у галузі фешн-, тревел- та фуд-журналістики; оволодіння практичним інструментарієм для створення матеріалів фешн-, тревел- та фуд-тематики; аналіз сучасних тенденцій та особливостей розвитку «журналістики стилю життя». Під час вивчення дисципліни студенти отримують наступні компетентності відповідно до освітньої програми:	

			загальні компетентності: ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК07. Здатність працювати в команді. ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями. фахові компетентності: СК02. Здатність формувати інформаційний контент. СК03. Здатність створювати медіапродукт. СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт. СК10. Здатність провадити професійну медіадіяльність на кросмедійних платформах. Результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: • особливості роботи журналіста над матеріалами lifestyle-тематики; • основні поняття у галузі фешн-, тревел- та фуд-журналістики; • формати висвітлення тем фешн-, тревел- та фуд-журналістики; • особливості застосування радіо -, теле- та газетно-журнальних жанрів в процесі створення матеріалів; • специфіку впливу нових медіа на розвиток журналістики. вміти: • створювати авторські матеріали на фешн-, тревел- та фуд-тематику; • застосовувати на практиці знання з фото, аудіо та відео-монтажу матеріалів; • працювати з інформаційними приводами та визначати оптимальну форму подачі журналістського матеріалу.	
--	--	--	--	--

			Змістовні модулі: 1. Фешн-журналістика в Україні. 2. Тревел журналістика в сучасному медіапросторі. 3. Фуд-журналістика на сучасному медіа-ринку.	
--	--	--	---	--



ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ) РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№ з/п	семестр	Назва дисципліни	Анотація дисципліни	Навчально-методичне забезпечення
1.	I	ВКПП 2.2.1. Реклама	Мета: сформувати концептуальне розуміння специфіки діяльності рекламіста та рекламної агенції, а також особливостей реалізації конкретної рекламної акції, івенту, опанувати практичні основи, принципи, механізми ефективної комунікації у галузі реклами, маркетингу та зв'язків з громадськістю. Завдання курсу: вивчення концептуальних засад рекламної діяльності, підготовка та реалізація рекламних кампаній (акцій, ATL та BTL-заходів) з урахуванням усіх необхідних етапів, починаючи від аналітичного і завершуючи аналізом проведеної рекламної кампанії; формування практичних навичок здійснення рекламної діяльності на прикладі підготовки та реалізації рекламної кампанії, практичного засвоєння традиційного та інноваційного рекламного інструментарію у контексті практичної діяльності основних учасників цільових груп та аудиторій (замовник, розробник, виконавець, цільова аудиторія); формування здатності фахового аналізу ефективності проведеної рекламної кампанії й обґрунтуванні доцільності та правильності застосування певних підходів та інструментів. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК-2 Здатність планувати час та управляти ним ЗК-3 Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК-5 Здатність приймати обґрунтовані рішення	

			ЗК-6 Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК-7 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт Програмні результати навчання: знати: - законодавства про рекламну діяльність та загальних вимог держави до реклами, термінології з курсу, законів та принципів функціонування digital- та інтернет-реклами. вміти: - здійснювати брендинг організації та ТМ, проводити аудит життєвого циклу організації з метою адекватного планування рекламної діяльності, - створювати рекламні тексти, слогани, - розробляти позиціонування ТМ, - планувати та організовувати рекламну кампанію із застосуванням сучасних інформаційних та digital технологій, - оцінювати якість комунікаційного креативу, - створювати макети рекламної продукції у програмі Adobe Photoshop.	
2.	III	ВКПП 2.2.2. Організація проектної діяльності	Мета: формування у здобувачів вищої освіти належних компетенцій, умінь та навичок, необхідних для розробки та впровадження проєктів у практичній діяльності. Завдання курсу: - формування сукупності теоретичних знань з проєктного менеджменту; здобуття практичних навичок реалізації основних функцій управління проєктами; розширення навичок роботи з комп'ютером, зокрема, програмними продуктами для вирішення завдань в галузі управління проєктами. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу:	

			Під час вивчення дисципліни студенти отримують наступні компетентності відповідно до освітньої програми: загальні компетентності: ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК-2 Здатність планувати час та управляти ним ЗК-3 Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК-5 Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК-6 Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК-7 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт фахові компетентності: СК-1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та / або професійній діяльності на рівні новітніх досягнень інноваційній діяльності та /або дослідницькій роботі СК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей	
--	--	--	--	--

		СК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог СК- 6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування СК-7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди. Програмні результати навчання: знати: - основні поняття у галузі проєктного менеджменту; - класифікацію проєктів та ієрархій цілей проєктів; - фази та етапи життєвого циклу проєкту; - методи та інструменти управління проєктами; - склад учасників проєкту та їх роль. вміти: - самостійно ідентифікувати проблеми, формулювати цілі та задачі проєкту; - ефективно здійснювати планування та формувати календарний план проєкту; - складати перелік ресурсів, потрібних для виконання проєктних робіт; - формувати бюджет проєкту; - організовувати виконання проєктних робіт; - планувати процеси управління якістю проєкту; - організовувати ефективні проєктні комунікації. Змістовні модулі: 1. Теоретико-методологічні засади проєктної діяльності. 2. Управління проєктами.	
--	--	--	--

3.	III	ВКПП 2.2.2. Практикум з event-комунікацій	Метою викладання навчальної дисципліни «Практикум з event-комунікацій» є вивчення практичних та теоретичних основ івент-технологій, усвідомлення місця івент-маркетингу в системі підготовки фахівця з реклами та зв'язків із громадськістю, опанування навичками професійного планування та підготовки різних видів подій. Завданнями навчальної дисципліни є формування сукупності теоретичних знань з event-комунікацій та цілісної уяви про галузь event-технологій; ознайомлення з класифікацією подій, цілями та завданнями подієвих заходів; формування фахових компетентностей з розробки програми івентів та організації івент заходів. Результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: · основні поняття у галузі івент-комунікацій; · засади діяльності івент-менеджера; · основні види подій, принципи, технології та процедури розробки івент-заходів; · форми і методи організації і проведення івент- заходів · специфіку роботи із різними типами цільової аудиторії; · методи контролю та оцінки результатів ефективності заходів.	
----	-----	--	---	--

		вміти: · визначати мету та завдання проведення подій; · володіти інструментами просування подієвих заходів; · аналізувати потреби цільових сегментів споживачів івент-послуг; · виробляти стратегію проведення події. · формувати кошторис проектів. Під час вивчення дисципліни студенти отримують наступні компетентності відповідно до освітньої програми: загальні компетентності: ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК-2 Здатність планувати час та управляти ним ЗК-3 Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК-5 Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК-6 Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК-7 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт	
--	--	---	--

			фахові компетентності: СК-1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та / або професійній діяльності на рівні новітніх досягнень інноваційній діяльності та /або дослідницькій роботі СК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей СК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог СК- 6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування СК-7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди. Програма навчальної дисципліни Змістовий модуль 1.Теоретико-методологічні основи Змістовий модуль 2. Організація та оцінка заходів.	
4.	III	ВКПП 2.2.3. Інформаційна аналітика	Мета: сформувати у студентів практичні навички застосування принципів та методів інформаційної роботи. Завдання: - навчити здійснювати аналіз інформаційних джерел та відповідно оформлювати їх результати;	

		- сформувати вміння ефективно працювати із системами пошуку інформації. Результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен: знати: види інформаційних ресурсів, особливості інформаційних процесів, способи одержання необхідної інформації, властивості інформації (атрибутивні, прагматичні, динамічні), закономірності формування і функціонування документально-інформаційних потоків (розсіювання, зростання кількості, старіння), структуру інформаційного ринку, типи і види інформаційних продуктів і послуг, можливості Інтернет як пошукового масиву. вміти: виявляти можливі джерела необхідної інформації, здійснення контент-аналізу, моніторингових досліджень із використанням доступних джерел інформації (в тому числі, ресурсів мережі Internet), аналіз достовірності одержаної інформації, володіння технологією розвідки на основі відкритих джерел інформації, підготовка і редагування аналітичних матеріалів, створення інформаційних масивів за певною проблематикою (темою), здійснення експертної оцінки і підготовка експертного висновку для прийняття рішення. Програма навчальної дисципліни Зміст інформаційної аналітики та її планування Пошук інформації. Робота з первинними та вторинними джерелами інформації Оцінка, інтерпретація, захист інформації. Проведення аналітичних досліджень та оформлення їх	
--	--	--	--

			результатів	
5.	III	ВКПП 2.2.3. Веб-мастерінг	Мета: засвоєння необхідних знань з основ Web-програмування, оволодіння технологією проектування структури web-сайту як інформаційної системи; оволодіння технологією підтримки і супроводу web-сайту, а також формування практичних навичок щодо розробки якісних сайтів. Завдання курсу: - оволодіння основними поняттями веб-технологій; ознайомлення з сучасними програмними засобами створення веб-документів; набуття практичних навичок по розробці веб-сторінок та веб-сайтів. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК-2 Здатність планувати час та управляти ним ЗК-3 Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК-5 Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК-6 Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК-7 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт Програмні результати навчання: знати: - основних поняття веб-технологій; правил побудови веб-документів документів; основ проектування сайтів, методики створення веб-документів; методики створення	

			різних типів сайтів. вміти: - створювати конкретні веб-сторінки; - створювати web-сайт з використанням сучасних технологій програмування в середовищі Інтернет; - використовувати графічні редактори для обробки зображень, що розміщуються на web-сайті; - володіти технологією оптимізації web-сайту для просування в мережі Internet. Змістовні модулі: 1. Основи Web: архітектура та принципи організації. 2. Веб-дизайн.	
6.	III	ВКПП 2.2.3. Інтегровані комунікаційні технології	Мета: вивчення історії і сучасних тенденцій розвитку комунікативних технологій; розкриття структури, функцій, а також типології комунікаційних технологій; репрезентація основних методологічних підходів, форм і методів щодо практичного застосування комунікаційних технологій; показ прийомів і способів планування та організації різних комунікативних акцій і кампаній; формування навичок розробляти та аналізувати стратегії і тактики пропаганди, PR- та іміджевої діяльності, реклами, виборчих кампаній; засвоєння досвіду використання комунікаційних технологій у подоланні кризових ситуацій, веденні інформаційних війн. Завдання: здійснювати аналіз комунікаційних технологій, застосованих у ЗМК; пропагандистського і психологічного впливу в виборчих перегонах; працювати із символікою і міфами в політиці; послуговуватися технологіями конструювання новин; вміти аналізувати і передбачати економічні, соціокультурні і політичні наслідки їх застосування; застосовувати свої знання на практиці. Компетентності, що набуває студент у ході вивчення курсу: ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК-2 Здатність планувати час та управляти ним ЗК-3 Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК-5 Здатність приймати обґрунтовані рішення	

			ЗК-6 Здатність розробляти проекти та управляти ними ЗК-7 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт СК-1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та / або професійній діяльності на рівні новітніх досягнень інноваційній діяльності та /або дослідницькій роботі СК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей СК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог СК- 6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування СК-7. Здатність показувати свою відповідальність за розвиток професійного знання і практик та давати оцінку стратегічному розвитку команди. Змістові модулі: 1. Складові технологічного процесу в комунікаційних компаніях 2. Корпоративна соціальна відповідальність 3. Кросплатформовість як піар-технологія 4. Пошукова оптимізація та контент-менеджмент 5. Технологічний процес краудсорсингу	
--	--	--	--	--